



Perkembangan Ekosistem Ekonomi Digital di Indonesia : Sebuah Kajian Literatur

Diky Budiman¹, Sri Iswati², Mey Krisselni Sitompul³

¹Bisnis Digital, Politeknik Internasional Bali, Bali, Indonesia

²Ekonomi Pertahanan, Universitas Pertahanan, Bogor, Indonesia

³Manajemen Kepelabuhanan dan Pelayaran, Universitas Karimun, Karimun, Indonesia

Email: ¹budiman.diky@gmail.com, ²iswati.sri@gmail.com,

³meykrisselnisitompul@gmail.com

Informasi Artikel

Diterima : 19-04-2025

Disetujui : 06-05-2025

Diterbitkan : 20-05-2025

ABSTRACT

This research aims to examine in depth the concepts, characteristics, and challenges in the development of the digital economy ecosystem through a literature study approach. The digital economic ecosystem is a complex and interconnected network that includes businesses, consumers, technology service providers, and governments, all operating within a rapidly evolving digital environment. This study specifically focuses on four key components: e-commerce, on-demand services, online travel agents, and financial technology (fintech), which represent the most dynamic sectors in the current digital economy. By analyzing a range of academic literature published within the last five years, this research highlights that while digital technology advancement has unlocked significant opportunities for inclusive and sustainable economic growth, it also introduces challenges such as cybersecurity risks, regulatory uncertainties, and widening digital inequality. The findings are expected to contribute to a deeper and more holistic understanding of the formation and sustainability of digital economic ecosystems, particularly in the context of developing economies like Indonesia, where digital transformation is progressing rapidly across various sectors.

Keyword: E-commerce, Financial Technology, On Demand Service, Online Travel Agent

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam konsep, karakteristik, serta tantangan dalam pengembangan ekosistem ekonomi digital melalui pendekatan studi literatur. Ekosistem

ekonomi digital merupakan sistem yang kompleks dan saling terhubung antara pelaku usaha, konsumen, penyedia layanan teknologi, serta pemerintah, yang semuanya beroperasi dalam lanskap digital. Kajian ini difokuskan pada empat komponen yaitu *e-commerce*, *on-demand service*, *online travel agent*, dan *financial technology (fintech)*. Melalui analisis terhadap berbagai literatur ilmiah lima tahun terakhir, penelitian ini mengidentifikasi bahwa kemajuan teknologi digital telah membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi yang inklusif, namun juga menghadirkan tantangan seperti keamanan data, regulasi, dan kesenjangan digital. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih holistik mengenai bagaimana ekosistem ekonomi digital terbentuk, berkembang, dan dapat dikelola secara berkelanjutan, khususnya dalam konteks Indonesia.

Kata Kunci: E-commerce, Financial Technology, On Demand Service, Online Travel Agent

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah merubah beberapa aspek aktivitas kehidupan, termasuk merubah cara seseorang atau individu, kelompok masyarakat, perusahaan atau pelaku usaha dan pemerintah dalam melakukan interaksi pada kegiatan perekonomian. Transformasi digital ini menciptakan sebuah konsep ekosistem perekonomian secara digital, dimana banyak aktivitas perekonomian yang menggunakan teknologi digital sehingga membentuk sebuah jaringan kompleks yang terdiri dari berbagai pihak, seperti pelaku bisnis, teknologi, data, dan regulasi yang saling terhubung sehingga terciptalah sebuah hubungan antara satu dan yang lainnya.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendorong transformasi digital, termasuk adanya pengembangan infrastruktur digital dan peningkatan literasi digital untuk masyarakat. Hal itu dilatarbelakangi dari nilai total transaksi ekonomi digital ASEAN berasal dari Indonesia pada tahun 2022 sekitar 40% atau mencapai US\$77 miliar (PEREKONOMIAN and INDONESIA 2023).

Ekosistem bisnis digital yang terbentuk merupakan sebuah jaringan sosio-teknikal yang memungkinkan kolaborasi dan inovasi lintas sektor melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Ekosistem ini tidak hanya mencakup perusahaan dengan teknologi besar, tetapi juga melibatkan usaha kecil dan menengah (UKM), startup, lembaga pendidikan, dan pemerintah dalam menciptakan nilai tambah secara kolektif. (Senyo, Liu, and Effah 2019). Salah satu karakteristik utama dari terbentuknya ekosistem ekonomi digital adalah adanya sebuah interkoneksi yang tinggi antar pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat. Hal ini memungkinkan kolaborasi lintas sektor dan mempercepat difusi inovasi. Namun, interkoneksi ini juga menimbulkan risiko baru, seperti ketergantungan pada platform tertentu dan adanya potensi monopoli digital.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Liu dan Pan pada tahun 2024, menyebutkan bahwa masih terdapat sebuah kesenjangan dalam literatur terkait adopsi teknologi digital, inovasi, dan model bisnis digital di berbagai negara, termasuk di kawasan Asia Pasifik (Liu and Pan 2024). Sebuah laporan dari OECD pada tahun 2020, telah memaparkan bahwa meskipun penggunaan internet telah meningkat pesat, namun masih terdapat kesenjangan digital yang cukup signifikan, terutama di antara perusahaan besar dan kecil, serta antara negara maju dan berkembang. Bentuk kesenjangan ini di khawatirkan akan menjadi penghambat partisipasi penuh dalam ekosistem ekonomi digital dan memperbesar ketimpangan ekonomi (OECD 2020).

Dalam konteks Negara Indonesia, tantangan serupa juga dihadapi. Menurut laporan dari Binus Business School pada tahun 2025, Indonesia di anggap masih menghadapi tantangan dalam hal literasi digital, infrastruktur teknologi, dan regulasi yang belum sepenuhnya mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan (School 2025). Hal ini menunjukkan perlu adanya sebuah pemahaman yang lebih mendalam mengenai ekosistem ekonomi digital untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan efisien. Selanjutnya, mengingat kompleksitas dan dinamika ekosistem ekonomi digital, maka diperlukan kajian literatur yang komprehensif untuk memahami berbagai aspek yang terlibat.

Meskipun berbagai studi telah membahas pertumbuhan ekonomi digital secara global, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena adanya kesenjangan yang masih terdapat yakni, kekosongan dalam literatur yang mengulas secara komprehensif bagaimana ekosistem ekonomi digital yang ada di Indonesia. Hal ini menunjukkan perlunya kajian yang tidak hanya menggambarkan kondisi saat ini, tetapi juga mampu memetakan dinamika dan keterkaitan dalam ekosistem ekonomi digital.

Penelitian yang di lakukan ini bertujuan untuk mengidentifikasi konsep, karakteristik, dan tantangan yang di hadapai dalam pengembangan ekosistem ekonomi digital, yang diantaranya yaitu *e-commerce*, *on demand service*, *online travel agent*, dan *financial technology (fintech)* serta dapat menjadi sebuah rujukan dan rekomendasi baru untuk penelitian dan kebijakan di masa yang akan datang. Secara spesifik, kajian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi dan menganalisis konsep dari komponen-komponen ekosistem ekonomi digital; (2) menyajikan temuan literatur sebagai rujukan konseptual untuk pengembangan kebijakan, regulasi, maupun strategi kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat. Kontribusi utama dari studi ini diharapkan menjadi acuan bagi peneliti, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan dalam memahami kompleksitas ekonomi digital serta mendorong pengembangan ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*literature review*). Pendekatan *literature review* ini merupakan sebuah teknik sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi hasil-hasil penelitian yang relevan dengan topik tertentu. Dalam penelitian ini,

pendekatan studi literatur bertujuan untuk mengkaji secara mendalam berbagai konsep, teori, dan temuan empiris yang telah dipublikasikan terkait ekosistem ekonomi digital. Studi literatur kualitatif bukan hanya bertujuan mengumpulkan informasi, tetapi juga memahami dinamika teori dan praktik dalam bidang yang diteliti melalui pendekatan interpretatif. Pendekatan ini sangat cocok digunakan dalam konteks penelitian eksploratif, seperti dalam kajian ekosistem ekonomi digital yang masih berkembang dan memerlukan pemetaan konseptual yang komprehensif (Snyder 2019). Adapun proses pertama yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu proses identifikasi dan seleksi literatur. Pada proses ini, yang dilakukan adalah dengan membuat kerangka yang jelas terkait aktivitas ekosistem ekonomi digital yang berkembang di Indonesia melalui berbagai sumber seperti jurnal dan media yang kredibel. Kedua peneliti menggunakan jurnal/ artikel yang di terbitkan di google scolar, yang menjadi database yang digunakan, dengan kata kunci dan kriteria yang memiliki kesesuaian, minimal memiliki kesamaan variable atau indikator dari penelitian yang dilakukan. Ketiga atau tahapnan terakhir yang dilakukan yaitu penarikan Kesimpulan atas sumber literatur yang di peroleh dan memberikan saran untuk penulis selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada artikel ini, peneliti akan membahas lebih fokus kedalam ekosistem ekonomi digital, yang peneliti bagi kedalam empat komponen diantaranya yaitu *e-commerce*, *on demand service*, *online travel agent*, dan *financial technology (fintech)*.

3.1. Empat Komponen Ekosistem Ekonomi Digital

3.1.1 E-Commerce

E-commerce merupakan sebuah konsep yang merujuk pada aktivitas jual beli barang atau jasa dengan menggunakan teknologi atau platform digital, seperti *marketplace* dan toko online. Banyak pihak yang memberikan pengertian yang sama antara *e-commerce* dan *marketplace*, pada dasarnya keduanya memiliki pengertian yang berbeda. *Marketplace* sejatinya adalah bagian atau salah satu model dari *e-commerce*. Secara spesifik, *marketplace* adalah platform tempat bertemunya atau perantara antara penjual dan pembeli. Perusahaan-perusahaan *marketplace* di Indonesia diantaranya yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibi, OLX, JD.ID, dan lainnya (Idris 2022). Selain itu, pendapat lain oleh Pearson dalam Jain (2021), menyebutkan bahwa *E-commerce* merupakan bentuk dari perdagangan elektronik. Hal ini berarti seluruh media elektronik dan internet untuk bertransaksi barang dan jasa.

Lebih jauh lagi, *E-Commerce* melibatkan perusahaan yang mengakses internet dan juga TI, seperti pertukaran data-data elektronik. *E-commerce* dalam hal ini berkaitan dengan situs web vendor internet, yang memperdagangkan barang atau jasa kepada pengguna secara langsung dari platform. Gateway menggunakan keranjang pembelian nirkabel atau keranjang pembelian untuk membayar dengan kartu kredit, kartu debit, atau transfer dana elektronik.

Selanjutnya, *E-Commerce* terbagi ke dalam beberapa jenis atau tipe, dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1. Tipe-Tipe *E-Commerce*

No	Tipe <i>E-Commerce</i>	Definisi
1	<i>Business-to-Business (B2B)</i>	Perdagangan elektronik B2B mencakup semua transfer produk atau layanan elektronik antar perusahaan. Pada umumnya produsen dan perusahaan grosir industri tradisional menggunakan pendekatan ini untuk perdagangan elektronik.
2	<i>Business-to-Consumer (B2C)</i>	Kemitraan perusahaan dan klien akhir perusahaan elektronik Bisnis e-commerce ke konsumen. Ini adalah bagian belanja e-commerce, tempat bisnis ritel konvensional biasanya berlangsung. Gaya kemitraan ini bisa lebih sederhana, lebih kompleks dan terputus-putus dan dapat dihentikan. Jenis bisnis ini telah berkembang pesat karena munculnya Internet dengan sejumlah toko dan pusat online yang menawarkan produk apa pun kepada pelanggan seperti komputer, elektronik, buku, aksesoris, mobil, makanan, materi keuangan, dan publikasi digital. Berbeda dengan penjualan eceran dalam perdagangan konvensional, pembeli biasanya memiliki lebih banyak pengetahuan tentang konten berwawasan yang tersedia dan secara umum diterima bahwa Anda dapat membeli dengan harga lebih murah, tanpa membahayakan pengalaman pelanggan yang sama, serta menjanjikan pemrosesan dan distribusi yang mudah.
3	<i>Consumer-to-consumer (C2C)</i>	E-commerce elektronik tipe C2C mencakup semua perdagangan barang atau jasa secara elektronik antara pelanggan. Biasanya pertukaran ini dilakukan oleh pihak ketiga yang menawarkan forum transaksi online.
4	<i>Consumer-to-business (C2B)</i>	Dalam C2B dibalik konteks pertukaran barang yang biasa. Metode e-commerce ini banyak digunakan di perusahaan berbasis crowdsourcing. Untuk perusahaan yang membidik secara tepat beberapa jenis layanan atau barang, individu juga menjual layanan atau produk mereka. Acara-acara ini termasuk lokasi di mana para seniman meminta beberapa saran untuk sebuah logo dan hanya satu yang berhasil dipilih dan dibeli. Media populer lainnya di segmen bisnis ini adalah pasar yang menjual foto, gambar, media, dan elemen desain yang bebas dari royalti.
5	<i>Business-to-administration (B2A)</i>	Bagian ini terdiri dari semua transaksi internet antara perusahaan dan pemerintah. Ini mencakup berbagai macam program yang beragam, terutama di bidang-bidang seperti perpajakan, layanan sosial, perawatan kesehatan, dokumentasi hukum dan catatan, dll. Moda layanan ini telah diperluas secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir melalui pengeluaran di bidang <i>e-government</i> .

6	<i>Consumer-to-administration (C2A)</i>	Model C2A mencakup semua pembelian elektronik antara pemerintah dan individu. Sorotan aplikasi meliputi: - Pendidikan - menyebarkan informasi, pembelajaran jarak jauh, dll. - Jaminan Sosial - melalui distribusi informasi, melakukan pembayaran, dll. - Pajak - pengajuan pengembalian pajak, pembayaran, dll. - Kesehatan - membuat janji temu, informasi tentang penyakit, pembayaran layanan kesehatan, dll.
---	---	--

Sumber Tabel 1. (Jain, Malviya, and Arya 2021)

Selanjutnya, di dalam *e-commerce* tentunya ada peluang dan tantangan yang dihadapi, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maharini, menyebutkan bahwa, adapun peluang yang dapat diambil dari perkembangan teknologi dalam bentuk *e-commerce* adalah keunggulan efektif dan efisien, dimana *e-commerce* memungkinkan penggunaanya untuk meperoleh pelanggan lebih cepat dan jangkauan pasarnya lebih luas. Sedangkan, tantangan yang di hadapi oleh *e-commerce* diantaranya yaitu infrastruktur dan akses internet, keamanan dan perlindungan konsumen, serta penyediaan dan pengiriman barang (Maharani 2024).

3.1.2 On Demand Service

On Demand Service atau layanan sesuai permintaan merupakan salah satu aktivitas yang tumbuh dalam hampir satu dekade terakhir, yang mana menjadi salah satu penopang aktivitas perekonomian dengan pemanfaatan teknologi. Dalam penelitian ini *on demand service* di fokuskan pada layanan yang diberikan oleh layanan yang diberikan pihak Gojek, Grab, Maxim dan sejenisnya.

Beberapa tahun terakhir ini menjadi saksi dari meningkatnya popularitas *Ride-on-Demand (RoD) service*. Jika dibandingkan dengan taksi tradisional, maka layanan RoD lebih “berbasis data” dan mengadopsi harga dinamis untuk memanipulasi penawaran dan permintaan secara *real time*. Harga yang dinamis dapat dilihat sebagai indikator yang akurat dan kuantitatif dari penawaran dan permintaan, dan dapat memberikan petunjuk kepada pengemudi, penumpang, dan penyedia layanan, yang mungkin dapat mengubah cara-cara penyelesaian masalah (Guo et al. 2024).

Perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan transportasi yang tepat serta harga yang terukur dengan tepat, menjadikan proses yang ditawarkan oleh RoD semakin populer. Akan tetapi, semakin populernya layanan ini, memberikan permasalahan baru yang berkaitan dengan kesejahteraan dari *agent* atau mitra dari perusahaan yang memberikan layanan ini.

Kesejahteraan tenaga kerja umumnya meningkat seiring bertambahnya jumlah tenaga kerja, namun akan menurun jika jumlah tenaga kerja terlalu besar. Artinya, tenaga kerja justru bisa dirugikan jika kelompok tenaga kerja menjadi terlalu besar. Dalam hal meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja, tingkat upah efektif lebih baik dibandingkan dengan tingkat upah nominal. Secara keseluruhan, kedua jenis upah ini

memberikan pengaruh yang berbeda terhadap kesejahteraan tenaga kerja. Tingkat upah nominal hanya memberikan manfaat jika nilainya relatif rendah. Berbeda dengan pandangan umum yang menyebutkan bahwa konsumen dirugikan oleh tingkat upah efektif (karena memicu harga lebih tinggi dan waktu tunggu lebih lama akibat meningkatnya beban kerja), ternyata konsumen justru mendapatkan manfaat dari kondisi tersebut (Benjaafar et al. 2022).

3.1.3 Online Travel Agent

Online Travel Agent (OTA) adalah sebuah platform digital yang memfasilitasi pemesanan layanan perjalanan, seperti tiket pesawat, hotel, dan paket wisata. Berbeda dengan *on demand service* yang diberikan oleh RoD, OTA lebih luas memberikan layanan perjalanan yang membuat seseorang dapat melakukan aktivitas dengan jangkauan yang lebih luas, mulai dari perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya, hingga tempat tinggal yang dapat digunakan apabila sampai ke lokasi tujuan. Menurut Janal, OTA memiliki enam bentuk manfaat bagi penggunaanya atau bagi konsumen dan perusahaan, diantaranya yaitu *convenience, information, respond to market, condition, reduceprinting &postagecost, reducelabor cost* (Frisiska 2023). Untuk melihat lebih jauh aktivitas OTA dalam mendukung ekosistem ekonomi digital di dapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Peluang dan Tantangan OTA

No	Peluang	Tantangan
1	Transformasi Digital: Penggunaan teknologi menjadi faktor utama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.	Kompetisi dengan Layanan Digital: Meningkatnya pemanfaatan platform pemesanan daring memudahkan konsumen dalam membandingkan dan memilih layanan perjalanan dengan harga yang kompetitif.
2	Segmentasi Pasar: Agen perjalanan kini dapat menargetkan pasar yang lebih terfokus. Dengan dukungan pemasaran digital, mereka bisa menysasar segmen tertentu, seperti wisatawan generasi milenial atau pasar khusus yang menginginkan pengalaman perjalanan yang unik.	Perubahan Kebutuhan Konsumen: Saat ini, wisatawan cenderung mencari pengalaman perjalanan yang lebih personal dan berbeda, sehingga agen perjalanan perlu berinovasi dalam menyusun penawaran mereka.
3	Kolaborasi: Menjaln kemitraan dengan berbagai penyedia layanan lain, seperti hotel dan moda transportasi, menjadi kesempatan untuk menyusun penawaran paket perjalanan yang lebih menarik dan lengkap, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan.	Penyesuaian dengan Kemajuan Teknologi: Karena perkembangan teknologi berlangsung sangat cepat, pelaku industri pariwisata dituntut untuk terus belajar dan menyesuaikan diri agar tetap relevan dengan tren terbaru

Sumber Tabel 2. (Indrajaya et al. 2025)

3.1.4 *Financial Technology*

Revolusi digital 4.0 secara global telah mendorong pertumbuhan pesat sektor *Financial Technology (Fintech)*, yang menawarkan layanan keuangan inovatif dan berbeda dibandingkan industri perbankan serta lembaga keuangan tradisional. Kehadiran *Fintech* menjadi jawaban atas sejumlah tantangan yang dihadapi oleh sistem keuangan konvensional, termasuk keterbatasan regulasi yang ketat dan kesulitan dalam menjangkau masyarakat di wilayah tertentu (Yusuf 2023).

Ekosistem ekonomi digital tentunya dapat terhubung antara satu dan yang lainnya di sebabkan salah satunya karena adanya kemudahan dalam hal transaksi keuangan. Dalam menjawab jaringan keuangan secara digital, maka *financial technology* hadir sebagai sebuah inovasi baru. *Financial technology (fintech)* merupakan inovasi di bidang jasa keuangan yang merupakan layanan untuk mengakses sumber daya keuangan dengan mudah dan cepat. Pelaku usaha dapat menggunakan fintech sebagai alat untuk membantu permodalan, layanan pembayaran digital, dan pengelolaan keuangan (Nurjanah and Dewi 2023).

Untuk memahami lebih jauh jenis-jenis *financial technology* yang digunakan di Indonesia, dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 3. Jenis-Jenis *Fintech*

No	Jenis <i>Fintech</i>	Definisi
1	Payment Gateway	Sistem pembayaran online yang memungkinkan pengguna membayar langsung dengan kartu kredit saat berbelanja di e-commerce.
2	Digital Wallet	Layanan yang menyimpan uang dalam bentuk digital dan memudahkan transaksi di toko online maupun offline.
3	Wealth Management	Layanan pengelolaan keuangan pribadi untuk membantu individu memahami dan mengatur aset, pengeluaran, pendapatan, hingga asuransi.
4	Crowdfunding Sosial	Sistem penggalangan dana bersama untuk tujuan sosial melalui platform digital yang mempertemukan pihak yang butuh dana dan pemberi dana.
5	Lending	Proses meminjam uang yang dibedakan menjadi pinjaman konsumtif dan produktif, bergantung pada tujuan seperti kebutuhan pribadi atau modal usaha.

Sumber Tabel 3. (Aziz 2020)

Selanjutnya, perkembangan *fintech* tentunya memiliki berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Subagja pada tahun 2025, ada beberapa peluang dan tantangan yang di rangkum dari beberapa penelitian terdahulu, yang disimpulkan menjadi 4 peluang dan 5 tantangan. Empat Peluang diantaranya sebagai berikut; Pertama, Indonesia memiliki potensi besar untuk pengembangan fintech, terutama fintech syariah, yang didukung oleh mayoritas

penduduk yang beragama Islam; Kedua, *fintech* dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan, terutama bagi UMKM yang masih kesulitan mengakses layanan keuangan formal; Ketiga, *fintech* terbukti dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi Indonesia, seperti mengurangi inflasi dan memperkuat nilai tukar rupiah; Keempat, perkembangan *fintech* dapat mendorong inovasi produk dan layanan keuangan serta kolaborasi yang lebih kuat antara *fintech* dan lembaga keuangan tradisional. Selain itu, ada lima tantangan yang di hadapi oleh *fintech*, diantaranya yaitu; Pertama, belum adanya regulasi yang jelas dan komprehensif untuk mengatur aktivitas *fintech*; Kedua, masalah perlindungan konsumen, seperti kesadaran, transparansi, keamanan data, penyelesaian sengketa, dan risiko penyalahgunaan, terutama pada *fintech* syariah; Ketiga, kebutuhan regulasi yang jelas terkait kepatuhan syariah untuk memastikan kesesuaian *fintech* syariah dengan prinsip-prinsip Islam; Keempat, rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan masyarakat, terutama konsumen layanan *fintech*; Kelima keterbatasan infrastruktur teknologi, terutama di daerah-daerah terpencil, yang dapat menghambat perkembangan *fintech* (Subagja, Ihdalumam, and Vidiati 2025).

3.2. Keterkaitan Empat Komponen Ekosistem Ekonomi Digital

Keempat komponen utama dalam ekosistem ekonomi digital yaitu, *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, *on-demand service*, dan *online travel agent*, tidak berdiri sendiri, melainkan saling terhubung dan membentuk sebuah ekosistem digital yang saling mendukung dalam menciptakan nilai bagi konsumen dan pelaku usaha, hingga pemerintahan. *E-commerce* berperan sebagai kanal utama perdagangan digital yang menghubungkan penjual dan pembeli dalam transaksi barang dan jasa. Untuk menunjang transaksi ini, *fintech* menyediakan infrastruktur pembayaran digital (seperti *payment gateway* dan dompet digital), akses ke pembiayaan (*lending*), serta layanan keuangan lainnya yang mempercepat dan mempermudah proses jual-beli online.

Sementara itu, layanan *on-demand* seperti transportasi online dan pengantaran makanan berfungsi sebagai pendukung logistik dan distribusi dalam ekosistem *e-commerce*. Mereka mengisi celah antara penyedia produk dan konsumen, memastikan kecepatan dan efisiensi layanan. Di sisi lain, OTA memanfaatkan layanan *fintech* untuk pembayaran dan *e-commerce* untuk pemasaran produk wisata, serta mengadopsi model layanan *on-demand* untuk pengalaman konsumen yang lebih *real-time* dan personal. Interaksi antar komponen ini menciptakan sistem yang dinamis dan terintegrasi, di mana data, teknologi, dan inovasi berperan sentral. Ketergantungan dan sinergi antar sektor tersebut membentuk fondasi dari ekosistem ekonomi digital yang saling memperkuat, mendorong kolaborasi lintas sektor, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif.

3.3. Peluang dan Tantangan Perkembangan Ekosistem Ekonomi Digital di Indonesia

Berikut ini adalah peluang dan tantangan dari perkembangan ekosistem ekonomi digital di Indonesia yang berfokus pada *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, *on-demand service*, dan *online travel agent (OTA)*, dapat dilihat dalam table berikut ini:

Tabel 4. Peluang dan Tantangan Perkembangan Ekosistem Ekonomi Digital

No	Peluang	Tantangan
1	Meningkatnya Akses Pasar bagi UMKM, dengan adanya platform e-commerce dan OTA, pelaku usaha lokal, termasuk UMKM, memiliki kesempatan untuk menjangkau pasar nasional bahkan internasional tanpa harus memiliki toko fisik. Hal ini memperluas jangkauan produk dan layanan mereka secara signifikan.	Kesenjangan Infrastruktur dan Literasi Digital Ketimpangan akses internet dan rendahnya literasi digital di daerah terpencil menjadi hambatan besar bagi partisipasi merata dalam ekosistem ekonomi digital. Hal ini berpotensi memperlebar kesenjangan ekonomi antar wilayah.
2	Inklusi Keuangan melalui Fintech Layanan keuangan digital seperti dompet elektronik, pinjaman online, dan crowdfunding memberikan akses keuangan yang lebih luas, terutama bagi masyarakat unbanked dan underbanked di daerah rural, yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan konvensional.	Ketergantungan pada Platform Besar dan Risiko Monopoli Dominasi platform besar dalam e-commerce dan OTA dapat mematikan pelaku kecil dan menengah. Ketergantungan terhadap algoritma dan kebijakan platform juga membuat pelaku usaha kecil rentan terhadap perubahan sepihak.
3	Efisiensi dan Inovasi Layanan On-demand service mendorong efisiensi logistik dan kecepatan layanan. Kolaborasi antar sektor juga mendorong inovasi model bisnis baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen digital, seperti sistem pembayaran real-time, layanan berbasis lokasi, dan personalisasi produk.	Perlindungan Data dan Keamanan Siber Peningkatan interaksi digital membawa risiko kebocoran data pribadi dan ancaman siber. Lemahnya regulasi atau penegakan hukum di bidang keamanan digital dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital.

Sumber Tabel 4. (diolah oleh Peneliti, 2025)

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan berbagai sumber *literatur review* yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa ekosistem ekonomi digital di Indonesia dapat disimpulkan bahwa ekosistem ekonomi digital merupakan sebuah sistem yang dinamis dan saling terhubung, yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang mendorong transformasi pada berbagai sektor ekonomi. Berdasarkan hasil kajian literatur, empat komponen ekosistem ekonomi digital yaitu *e-commerce*, *on-demand service*, *online travel agent*, dan *financial technology (fintech)* memainkan peran krusial dalam membentuk dan memperkuat ekosistem digital. *E-commerce* mendorong efisiensi dalam

distribusi barang dan jasa, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan model bisnis baru berbasis digital. *On-demand service* menawarkan layanan berbasis kebutuhan langsung konsumen, mengubah pola konsumsi dan mempercepat pertumbuhan ekonomi berbasis aplikasi. *Online travel agent* menghadirkan kemudahan akses dan personalisasi dalam industri pariwisata, meski harus menghadapi tantangan teknologi dan perubahan perilaku wisatawan. Sementara itu, *fintech* berkontribusi besar dalam memperluas inklusi keuangan melalui layanan keuangan yang lebih cepat, murah, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Secara keseluruhan, keberhasilan pembangunan ekosistem ekonomi digital memerlukan dukungan regulasi yang fleksibel, peningkatan literasi digital, infrastruktur teknologi yang merata, serta kolaborasi antara sektor publik dan swasta untuk menciptakan lingkungan digital yang inklusif dan berkelanjutan.

4.2. Saran

Berdasarkan berbagai kajian literatur yang telah dilakukan, maka dapat disarankan kepada pemerintah Indonesia, pelaku usaha, dan *stakeholders* lainnya agar memperkuat kolaborasi dalam membangun infrastruktur digital yang adaptif dan dapat mendukung inovasi untuk mendorong pertumbuhan *e-commerce*, *on-demand service*, *online travel agent*, dan *fintech*. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih jauh hal tersebut, dengan harapan akan membuat, ekosistem ekonomi digital Indonesia berpotensi tumbuh secara inklusif dan kompetitif di tingkat global.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Fathul Aminudin. 2020. "Menakar Kesyariahan Fintech Syariah Di Indonesia." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 14(1):1–18.
- Benjaafar, Saif, Jian-Ya Ding, Guangwen Kong, and Terry Taylor. 2022. "Labor Welfare in On-Demand Service Platforms." *Manufacturing & Service Operations Management* 24(1):110–24.
- Frisiska, Frisiska. 2023. "Peranan Online Travel Agent Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Hotel Amaris La Codefin Kemang." *Jurnal Pesona Hospitality* 16(2 November).
- Guo, Suiming, Baoying Deng, Chao Chen, Jintao Ke, Jingyuan Wang, Saiqin Long, and Ke Xu. 2024. "Seeking in Ride-on-Demand Service: A Reinforcement Learning Model with Dynamic Price Prediction." *IEEE Internet of Things Journal*.
- Idris, Muhammad. 2022. "Pengertian E-Commerce Dan Bedanya Dengan Marketplace." *Kompas.Com*. Retrieved March 3, 2025 (https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace#google_vignette).
- Indrajaya, Titus, Dinni Agustin, Hammad Hammad, Ricky Bayu, Tafrizi Tafrizi, and Nuryanah Nuryanah. 2025. "Masa Depan Industri Travel Agent Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan Di Era Digital." *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)* 9(1):21–30.

- Jain, Vipin, BINDOO Malviya, and SATYENDRA Arya. 2021. "An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce)." *Journal of Contemporary Issues in Business and Government* 27(3):666.
- Liu, Huizheng, and Wenshen Pan. 2024. "A Comprehensive Literature Review of the Digital Business Ecosystem and Digital Business Model with Comparison in China, Japan and South Korea." *Asia Pacific Business Review* 1–25.
- Maharani, Diva Islami. 2024. "Peluang Dan Tantangan Sektor E-Commerce Dalam Meningkatkan Perekonomian Di Era Transformasi Digital." *Jurnal Simki Economic* 7(1):201–10.
- Nurjanah, Yayuk, and Kusuma Dewi. 2023. "Pengaruh Financial Technology Terhadap Pendapatan UKM Di Bogor." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* 11(1):147–56.
- OECD. 2020. "OECD Digital Economy Outlook 2020." *OECD PUBLISHING, PARIS*. Retrieved January 12, 2024 (https://www.oecd.org/en/publications/oecd-digital-economy-outlook-2020_bb167041-en.html).
- PEREKONOMIAN, KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG, and REPUBLIK INDONESIA. 2023. "Pemerintah Dorong Ekosistem Ekonomi Digital Yang Inklusif Dan Utamakan Keamanan Privasi Data Pengguna." *SIARAN PERS*. Retrieved February 14, 2025 (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5081/pemerintah-dorong-ekosistem-ekonomi-digital-yang-inklusif-dan-utamakan-keamanan-privasi-data-pengguna#:~:text=Pada 2025%2C nilai tersebut diprediksi,digital Indonesia semakin terbuka lebar.>).
- School, BINUS Business. 2025. "Driving Growth in the Digital Era: Indonesia's Digital Economy." *Binus Business School*.
- Senyo, Prince Kwame, Kecheng Liu, and John Effah. 2019. "Digital Business Ecosystem: Literature Review and a Framework for Future Research." *International Journal of Information Management* 47.
- Snyder, Hannah. 2019. "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research* 104:333–39.
- Subagja, Gilang, Abdy Ihdalumam, and Cory Vidiati. 2025. "Peluang Dan Tantangan Fintech Di Indonesia." *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3(1):185–95.
- Yusuf, M. 2023. "Peranan Financial Technology Dalam Mengubah Lanskap Perbankan Modern Di Indonesia." *Sultra Research of Law* 5(1):8–17.